

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2022 / № 4

24 Января 2022 - 30 Января 2022

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

Оборот Wildberries вырос на 93% в 2021 г.

Ozon открыл биржу простых заданий для e-commerce Ozon Profit

Онлайн-продажи «О'КЕЙ» выросли на 93,7% в 2021 г.

«Лента» нарастила онлайн-продажи на 208% в 2021 г.

OR GROUP вышла на Яндекс.Маркет

АКИТ и МАКС создали реестр надежных курьерских служб

М.Видео-Эльдорадо: доля общих онлайн-продаж составила 67,8% в 2021 г.

Товарооборот Master Delivery за первый год работы достиг 4,9 млрд руб.

Авито: спрос на готовые интернет-магазины вырос на 30% в 2021 г.

Mastercard и Visa снизили комиссии за прием карт для крупных онлайн-магазинов

Онлайн-продажи «Детского мира» в России выросли на 39,1% в 2021 г.

Экспресс-доставку X5 будет развивать Лариса Романовская

«Азбука Вкуса» нарастила долю онлайн до 8,8% от товарооборота

Lamoda запустила услугу химчистки с доставкой

RNC Pharma: продажи ветпрепаратов на маркетплейсах утроились в 2021 г.

Расходы россиян на онлайн-образование выросли на треть в 2021 г.

#### **Весь мир:**

Farfetch запускает бьюти-направление и покупает платформу Violet Grey

M&S запустил шопинг-стримы в интернет-магазине

Сервис быстрой доставки продуктов Zapp привлек \$200 млн

Gorillas покупает французский сервис доставки еды Frichti

Индийский сервис доставки еды Swiggy привлек \$700 млн

eMarketer: 46,3% розничных продаж в Китае придется на e-commerce в 2022 г.

Онлайн-продажи товаров в Германии составили 99 млрд евро в 2021 г.

Amazon — второй в рейтинге самых дорогих брендов по версии Brand Finance

Тренды ритейла 2022 по версии Mastercard

Coresight Research: 10 технологических трендов в e-commerce США

## Подкасты и видео

## Россия:

# Оборот Wildberries вырос на 93% в 2021 г.

Vedomosti.ru, 28.01.2022 11:22:00

/новость

В 2021 году Wildberries нарастил оборот от продаж товаров и услуг с учетом возвратов (GMV) на 93% до 844 млрд руб., сообщают «Ведомости». Число заказов выросло на 146% до 808,6 млн. Потребители приобрели более 1 млрд товаров — на 81% больше, чем годом ранее.

Наибольший объем продаж пришелся на одежду, обувь и аксессуары — 336,5 млрд руб. (+55% год к году), детские товары — 115,7 млрд руб. (+63%), товары для дома и дачи — 114,6 млрд руб. (+111%), бытовую технику и электронику — 76,4 млрд руб. (+64%), а также косметику и парфюмерию — 71,5 млрд руб. (+90%).



WILDBERRIES

За прошлый год прибыль до уплаты налогов, по прогнозам самого ритейлера, составит примерно 18 млрд руб. Компания планирует инвестировать прибыль в дальнейшее развитие: строительство новых логистических комплексов, повышение качества сервиса, расширение ассортимента.

Оборот Wildberries в четвертом квартале 2021 года вновь обновил исторический максимум, увеличившись на 101% год к году — до 304,8 млрд руб.

Покупательская аудитория Wildberries за 2021 год достигла 113 млн пользователей (MAU), а совокупная площадь складов выросла до 720 000 кв. м, за прошлый год было построено 350 000 кв. м из них. География ритейлера достигла 19 стран. В 2021 году компания вышла на рынки США, Великобритании, Германии, Франции, Италии, Испании, Молдовы, Литвы, Латвии, Турции и Эстонии.

Источник:

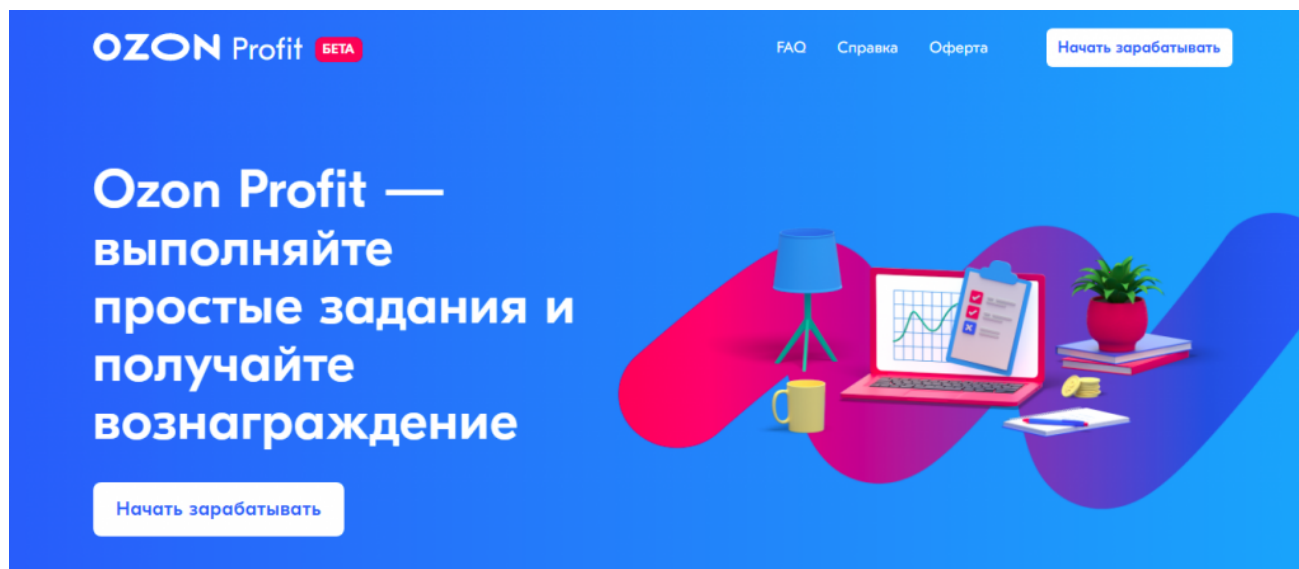
[Оборот Wildberries за год вырос почти вдвое](#)

# Ozon открыл биржу простых заданий для e-commerce Ozon Profit

Rb.ru, 28.01.2022 09:00:00

/новость

Ozon запустил сервис [Ozon Profit](#), который позволяет пользователям зарабатывать на выполнении простых задач для маркетплейса. Пока исполнителям доступна проверка данных в карточках товаров, в будущем они смогут дополнять информацию, отвечать на вопросы и т. д.



Заработок может составить до 20 000 руб. в месяц при ежедневной занятости 4-6 часов. Сумма зависит от количества, качества и скорости выполнения задач, которые будут проходить модерацию.

Компания рассчитывает, что исполнители Ozon Profit помогут ускорить модерацию товаров и отзывов, повысить качество контента и работы пунктов выдачи, решить многие другие задачи.

Присоединиться к бирже могут самозанятые предприниматели старше 18 лет. К концу года доступ получают и физлица без статуса самозанятого.

Источник:

[Ozon запустил первую биржу задач для онлайн-продаж](#)

# Онлайн-продажи «О'КЕЙ» выросли на 93,7% в 2021 г.

Okmarket.ru, 28.01.2022

/новость

О`КЕY Group объявила неаудированные операционные результаты за четвертый квартал и 12 месяцев 2021 года.

В четвертом квартале 2021 года чистая розничная выручка Группы выросла на 10,4% в годовом выражении до 54,0 млрд руб. Общие онлайн-продажи на базе собственного сервиса доставки и через партнерские сети выросли на 127,1% в годовом выражении до 1,7 млрд руб. и составили 3,8% от выручки «О'КЕЙ».



За 12 месяцев 2021 года чистая розничная выручка Группы выросла на 7,2% в годовом выражении до 185,2 млрд руб. Общие онлайн-продажи выросли на 93,7% в годовом сопоставлении до 4,7 млрд руб. и составили 3,1% от выручки.

В 2021 году Группа продолжила развивать собственную онлайн-платформу в ключевых городах — Москве и Санкт-Петербурге, а также сотрудничать с операторами доставки во всех регионах своего присутствия.

Источник:

ГК «О'КЕЙ» объявляет о росте выручки на 10,4% в IV квартале 2021 года. Выручка сети дискаунтеров выросла на 47,3%, рост LFL-выручки составил 24,8%

# «Лента» нарастила онлайн-продажи на 208% в 2021 г.

Lenta.com, 27.01.2022

/новость

Розничная сеть «Лента» объявила операционные результаты за четвертый квартал и полный 2021 год.

В 2021 году продажи выросли на 8,6% год к году до 483,6 млрд руб. Розничные продажи составили 475,8 млрд руб., увеличившись на 8,8% год к году. Сопоставимые продажи (LFL) выросли на 2,4%, средний чек LFL вырос на 4,7%. Онлайн-продажи выросли на 208% год к году до 19,3 млрд руб., при этом количество онлайн-заказов увеличилось на 221% год к году до 10,4 млн.

За четвертый квартал 2021 года продажи выросли на 18,6% год к году до 147,3 млрд руб. Розничные продажи достигли 144,8 млрд руб., увеличившись на 18,9% год к году. Сопоставимые продажи выросли на 7,0%, средний чек LFL увеличился на 10,4%. Онлайн-продажи выросли на 128% год к году до 7,0 млрд руб., при этом количество онлайн-заказов выросло на 114% год к году до 3,6 млн.

В 2022 году «Лента» намерена продолжить развитие собственного онлайн-бизнеса. Компания работает над поэтапной интеграцией «Утконоса» с целью достижения существенной синергии и раскрытия долгосрочного потенциала объединенного онлайн-бизнеса.

	4 кв. 2021	4 кв. 2020	Изм.	Изм. (%)	2021	2020	Изм.	Изм. (%)
Онлайн-выручка (млн руб.)	7 033	3 088	3 944	128%	19 340	6 269	13 071	208%
Онлайн-партнеры	3 619	2 257	1 362	60%	10 625	5 259	5 366	102%
«Лента Онлайн»	3 228	729	2 500	343%	8 085	886	7 199	813%
Click & Collect	186	103	83	80%	631	125	506	406%
Средний онлайн-чек (руб.)	1 960	1 847	114	6%	1 852	1 930	-78	-4%
Онлайн-партнеры	1 844	1 928	-84	-4%	1 808	2 025	-216	-11%
«Лента Онлайн»	2 083	1 567	515	33%	1 883	1 463	420	29%
Click & Collect	2 485	2 782	-297	-11%	2 305	2 719	-414	-15%
Кол-во онлайн-заказов (тыс.)	3 587	1 673	1 915	114%	10 442	3 249	7 193	221%
Онлайн-партнеры	1 962	1 171	792	68%	5 875	2 597	3 278	126%
«Лента Онлайн»	1 550	465	1 085	233%	4 293	605	3 688	609%
Click & Collect	75	37	38	102%	274	46	228	497%

Источник:

[«Лента» сообщает о росте продаж на 18,6% в четвертом квартале и на 8,6% в 2021 году](#)

# OR GROUP вышла на Яндекс.Маркет

Orgroup.ru, 27.01.2022

/НОВОСТЬ

В январе OR GROUP начала продажи на Яндекс.Маркете по схеме отгрузки товаров со складов продавца (FBS). На интернет-витрине представлено более 400 SKU из категорий обувь и верхняя одежда.

В планах — в феврале расширить ассортимент до 1500 позиций за счет одежды среднего слоя и аксессуаров.

Отгрузка товара производится из регионального склада в Омске, а доставка осуществляется по всей территории России.

В дальнейшем Группа планирует подключить к проекту и другие региональные склады компании.

За 9 месяцев 2021 года выручка Группы по онлайн-направлению выросла 13,3% год к году, его доля в продажах торговой платформы Westfalika составила 20,8%.

Источник:

[OR GROUP начала продажи на Яндекс.Маркете](#)

The logo for OR GROUP, with 'OR' in red and 'GROUP' in blue.

# АКИТ и МАКС создали реестр надежных курьерских служб

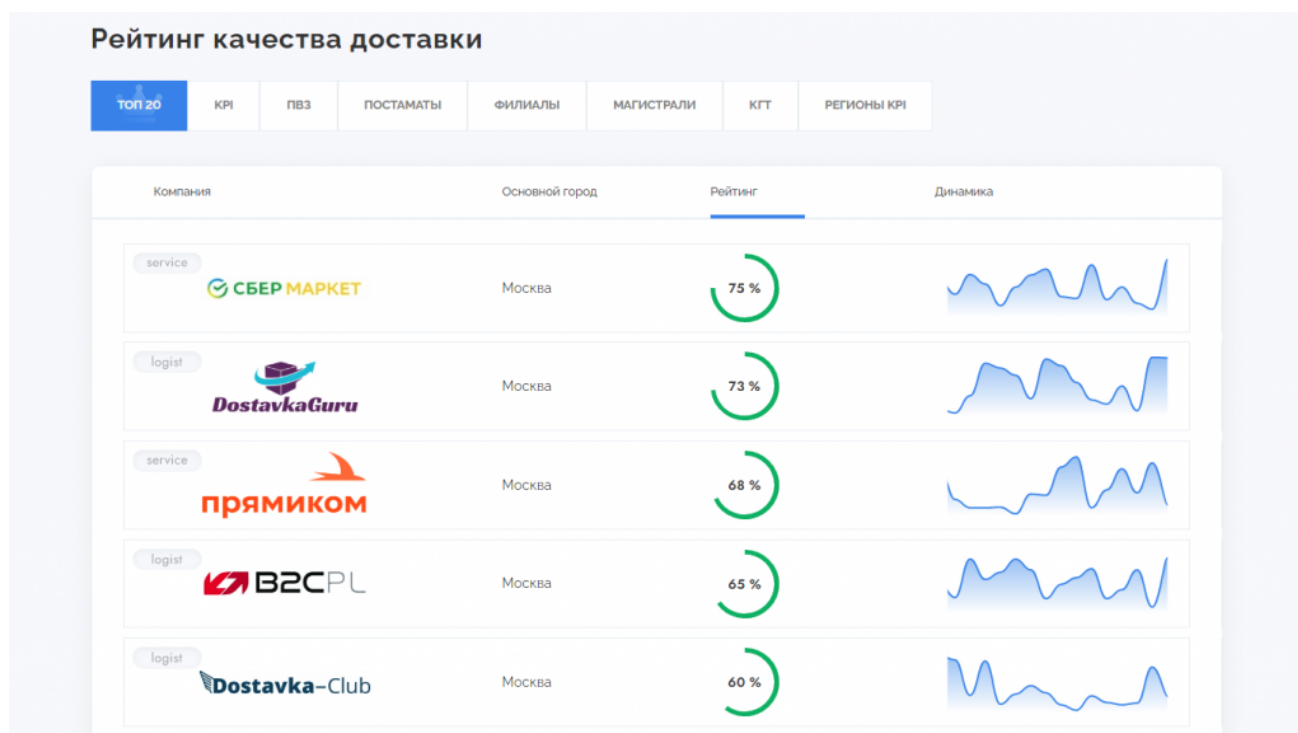
Akit.ru, 27.01.2022

/НОВОСТЬ

Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ) и Межрегиональная ассоциация курьерских служб (МАКС) представили [реестр](#) надежных курьерских служб с целью поддержки компаний и повышения конкурентоспособности услуг доставки.

Реестр представляет собой информационно-аналитическую отраслевую платформу, где представлены участники рынка доставки, оказывающие услуги по высоким стандартам качества, а также подробная информация о них. Рейтинг учитывает все типы доставок: курьерские, через пункты выдачи заказов и постаматы, а также специализацию по срокам доставки: день в день, на следующий день или экспресс-доставка, и другие параметры. В дальнейшем будет учитываться также рейтинг потребительской лояльности, который будет формироваться на основе различных данных из множества источников.

Участие в реестре добровольное и бесплатное. Больше десятка компаний курьерских служб сейчас в стадии одобрения заявки на вступление в реестр, среди тех, кто уже вошел — СберМаркет, Master Delivery, Dostavka.Guru, B2CPL, Dostavka-Club.



Источник:

[В России создали реестр надёжных курьерских служб](#)



# М.Видео-Эльдорадо: доля общих онлайн-продаж составила 67,8% в 2021 г.

Mvideoeldorado.ru, 26.01.2022 09:30:00

/новость

«М.Видео-Эльдорадо» сообщила объединенные неаудированные показатели общих продаж (GMV, gross merchandise value) за четвертый квартал и 12 месяцев, которые закончились 31 декабря 2021 года.

## М.ВидеоЭльдорадо

За 2021 год общие продажи (GMV) Группы выросли на 13,1% до 570,7 млрд руб. (с НДС). Общие онлайн-продажи выросли на 28,8% до 386,9 млрд руб. (с НДС), составив 67,8% от GMV Группы. Оборот мобильной платформы вырос на 67,1% до 257,6 млрд руб. и составил 66,6% от общих онлайн-продаж.

Количество OneRetail транзакций выросло на 22% и составило 65% от общего числа по сравнению с 56% годом ранее. Средний чек OneRetail клиентов составил 11 195 руб. (на 35% больше показателя для не-OneRetail клиентов). Установки пользовательских мобильных приложений «М.Видео» и «Эльдорадо» достигли порядка 30 млн, увеличившись в 3,8 раза.

За четвертый квартал 2021 года общие продажи (GMV) Группы выросли на 8,1% до 177,6 млрд руб. (с НДС). Общие онлайн-продажи выросли на 17,3% до 123,9 млрд руб. (с НДС), составив 69,8% от GMV Группы. Оборот мобильной платформы вырос на 30,8% до 83,9 млрд руб. и составил 67,7% от общих онлайн-продаж.

Количество OneRetail транзакций выросло на 21% и составило 68% от общего числа по сравнению с 57% годом ранее. Средний чек OneRetail клиентов составил 11 886 руб., превысив данный показатель для не-OneRetail клиентов на 16%.

OneRetail клиенты — это покупатели, которые авторизовались и совершили в течение года хотя бы одну покупку через веб-платформу или мобильную платформу, включающую пользовательские приложения и приложения продавца.

Источник:

[М.Видео-Эльдорадо в 2021 году увеличила GMV на 13%, доля общих онлайн-продаж достигла 68%](#)

# Товарооборот Master Delivery за первый год работы достиг 4,9 млрд руб.

Retail.ru, 26.01.2022 16:16:00

/новость

Компания Master Delivery, развивающая бренд гиперлокальной доставки «Прямиком», начала работу в январе 2021 года в двух городах Сибири и расширила сеть присутствия до 190+ городов в России и за рубежом. За первый год товарооборот платформы достиг 4,9 млрд руб., выполнено 3 млн заказов.

В марте компания вышла в Москву, начала работать в сегменте доставки продуктов розничным и оптовым потребителям (e-grocery) — сейчас он занимает уже более 50% заказов, которые обрабатывает платформа.



Master Delivery привлекла от ряда текущих акционеров дополнительный раунд финансирования в размере \$3 млн и направила средства на поддержку стремительного роста. Компания фокусируется на разработке программного обеспечения, в то время как доставочные операции осуществляют независимые логистические партнеры, работающие с Master Delivery по модели франшизы. Среднемесячный темп роста составил 86%.

Компания запустила работу в Италии, Германии и Испании. Для зарубежных операций была создана дочерняя компания в Нидерландах (Master Delivery BV). Франшизная сеть, которую развивает Master Delivery, представлена уже в 14 странах.

Компания начинала работу по модели Delivery-as-a-Service, предоставляя продавцам услугу доставки «под ключ», а в конце года стала развиваться новый продукт — Software-as-a-Service для курьерских служб продавцов.

В планах на 2022 год — продолжение роста в России и за рубежом, выход в сегмент доставки непродовольственных товаров, улучшение продукта и платформы, дальнейшая работа по построению курьероцентричного бизнеса.

Источник:

[Товарооборот Master Delivery за первый год работы составил 4,9 млрд рублей](#)

# Авито: спрос на готовые интернет-магазины вырос на 30% в 2021 г.

New-retail.ru, 26.01.2022 12:25:00

/новость

Согласно [данным](#) «Авито», по итогам 2021 года самым востребованным готовым бизнесом у россиян оказались интернет-магазины. Спрос на них вырос на 30% по сравнению с 2020 годом. Особенно активно онлайн-компании искали в Кирове, Ярославле и Тольятти — в 3 раза, 2,7 раза и 2,6 раза чаще соответственно.

Предприятия в сфере онлайн-торговли оказались самыми бюджетным вариантом готового бизнеса: стоимость интернет-магазинов составила в среднем 115 000 руб. По сравнению с 2020 годом они стали дороже на 44%.



В целом по России спрос на компании и организации среди предпринимателей вырос на 5%.

Источник:

[Авито: в 2021 году повысился спрос на интернет-магазины](#)

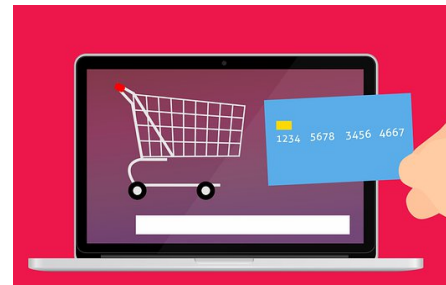
# Mastercard и Visa снизили комиссии за прием карт для крупных онлайн-магазинов

Rbc.ru, 26.01.2022 06:00:00

/новость

Mastercard вслед за Visa снизила комиссии за прием карт к оплате для крупных онлайн-магазинов, то есть для Ozon, Wildberries, AliExpress и др., сообщает РБК.

У Mastercard с 31 января 2022 года размер межбанковской комиссии (или интерчейнджа) составит 1,48% или 1,28% от стоимости товара в зависимости от объемов онлайн-продаж. Ранее для крупного онлайн-бизнеса такие спецтарифы отсутствовали. Тарифы будут действовать при оплате картами Mastercard и Maestro на сайте магазина.



Льготные тарифы Visa для электронной коммерции вступят в силу с 1 февраля 2022 года. Размер интерчейнджа составит от 1,2 до 1,5% от стоимости товара в зависимости от объемов онлайн-продаж. Общий годовой объем онлайн-платежей в интернет-магазинах должен составлять от 25 млрд до 150 млрд руб. или больше (от этого зависит тариф). При оплате помощью карты комиссии выше, с помощью мобильного кошелька (Apple Pay, Samsung Pay и т.п.) — ниже. У Mastercard такого разделения нет.

Летом 2021 года Wildberries объявил, что при оплате картами «Мир» через Систему быстрых платежей или SberPay покупатели смогут сэкономить 2% от стоимости товаров. Позже Wildberries снизил скидки по российским платежным системам с 2 до 1%, а с 9 ноября отменил эту разницу на время крупных распродаж и предоставил для всех карт одинаковые условия. Сейчас никаких льгот при оплате через отечественные платежные сервисы у маркетплейса нет. По итогам 2021 года «Мир» стал самой популярной платежной системой на Wildberries.

Источник:

[Mastercard снизила тарифы за прием карт на Wildberries, Ozon и AliExpress](#)

# Онлайн-продажи «Детского мира» в России выросли на 39,1% в 2021 г.

Corp.detmir.ru, 25.01.2022

/новость

«Детский мир» объявил операционные результаты за четвертый квартал и полный год, завершившиеся 31 декабря 2021 года.

В четвертом квартале 2021 года общий объем продаж Группы (GMV) увеличился на 8,5% до 53,3 млрд руб. (с НДС). Общий объем онлайн-продаж в России вырос на 33,2% до 18,9 млрд руб. (с НДС). Доля онлайн-продаж в России составила 37,4%.



За 12 месяцев 2021 года общий объем продаж Группы (GMV) увеличился на 16,9% до 184,3 млрд руб. (с НДС). Общий объем онлайн-продаж в России вырос на 39,1% до 54,0 млрд руб. (с НДС). Доля онлайн-продаж в России составила 30,8%.

Компания запустила третий региональный распределительный центр в Новосибирской области. Фулфилмент-центр на базе Почты России позволит обеспечить доставку на следующий день не менее 80% онлайн-заказов клиентам в Сибирском федеральном округе. На фулфилмент-складе Почта сможет одновременно хранить до 200 000 товарных позиций из ассортимента «Детского мира» и отгружать до 90 000 онлайн-заказов ежемесячно.

Источник:

«Детский мир» увеличил общий объем продаж (GMV) на 16,9% по результатам 2021 года

# Экспресс-доставку X5 будет развивать Лариса Романовская

Kommersant.ru, 24.01.2022 01:11:00

/новость

Направление X5 Digital в X5 Group («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») возглавила Лариса Романовская, занимавшая до декабря 2021 года пост управляющего электронной коммерцией во «ВкусВилле», сообщил [«Коммерсантъ»](#).



В новой должности Лариса Романовская будет руководить направлением экспресс-доставки всех торговых сетей X5, сфокусируется на эффективности этого бизнеса и развитии сети дарксторов.

Ранее направлением руководил Владимир Холязников, который теперь развивает с партнерами в Лондоне сервис Jiffy по экспресс-доставке продуктов из дарксторов.

Источник:

[X5 сняла кадр у конкурентов](#)

# «Азбука Вкуса» нарастила долю онлайн до 8,8% от товарооборота

Retail.ru, 24.01.2022

/НОВОСТЬ

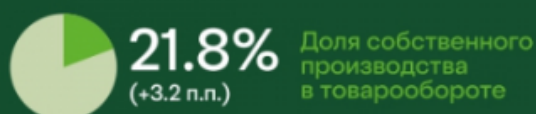
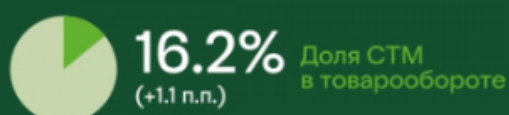
На фоне высокой базы 2020 года «Азбука Вкуса» нарастила долю онлайн до 8,8% от товарооборота (+3.2 п.п.). Число заказов через онлайн-каналы в 2021 году выросло на 84%, выручка в онлайне удвоилась. Суммарная месячная выручка доставки в декабре 2021 года впервые превысила 1 млрд руб.

Доля заказов через приложение в 2021 году выросла в среднем на 18,6 п.п. Прирост по количеству заказов через приложение составил 102%. Весной выпущена новая версия мобильного приложения, объединяющего доставку и программу лояльности, в июне было заключено стратегическое партнерство с Яндекс.Едой по быстрой доставке из магазина, услуга самовывоза (click&collect) была расширена на все столичные супермаркеты.



## Итоги 2021 года

### СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО И СТМ:



**19 500 ТОНН** Объем собственного производства

### ПЕРВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РЕБРЕНДИНГА:

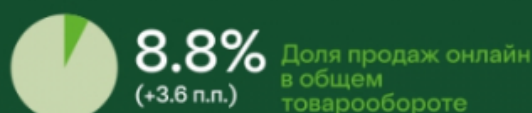
**+7.2%** Рост товарооборота обновленных магазинов сверх сезонного тренда

### ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЯ:

**+84.8%** Количество заказов

**+42%** Средний чек

**+102.6%** Выручка



В декабре 2021 доставили заказов на

**1 млрд рублей**

Источник:

«Азбука вкуса» подвела итоги за 2021 год

"Азбука вкуса" нарастила онлайн-продажу на фоне "высокой базы"



# Lamoda запустила услугу химчистки с доставкой

Lamoda.ru, 24.01.2022

/новость

Lamoda предложила пользователям услугу химчистки совместно с Airo — сервисом химчистки и стирки с доставкой. Услуга работает в тестовом режиме и доступна пользователям из Москвы и Московской области, а также в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

Чтобы воспользоваться сервисом, нужно на сайте или в приложении перейти в раздел «Lamoda химчистка», выбрать подходящие для себя опции и оставить заявку. После этого к клиенту в выбранный временной интервал приедет курьер и заберет вещи. Сроки очистки — от 2 до 4 дней. Чистые вещи курьер привозит в удобное для клиента время.

Все пользователи сервиса Lamoda получают скидку 10% на химчистку от Airo. Забор вещей и обратная доставка будут бесплатной при заказе на сумму от 1990 руб. Стандартная стоимость доставки — 390 руб.



Источник:

[Пресс-служба Lamoda](#)



# RNC Pharma: продажи ветпрепаратов на маркетплейсах утроились в 2021 г.

Rncph.ru, 25.01.2022

/исследование

По данным RNC Pharma, суммарный объем розничных продаж ветеринарных лекарственных препаратов через крупнейшие маркетплейсы России достиг по итогам 2021 года 727,6 млн руб. (в розничных ценах, включая НДС). Рублевый объем продаж в рамках анализируемых площадок вырос ровно в 3 раза год к году. Продажи в минимальных единицах дозирования (МЕД) выросли в 2,5 раза, всего маркетплейсы реализовали 5,1 млн МЕД ветеринарных препаратов.

Максимальные темпы сегмент показывал в период с января по апрель: 5-6-кратный рост продаж в рублях. С мая по август фиксировался рост в 2-3 раза. Последние месяцы 2021 года показали динамику на уровне 70% по итогам ноября и 64% в декабре.

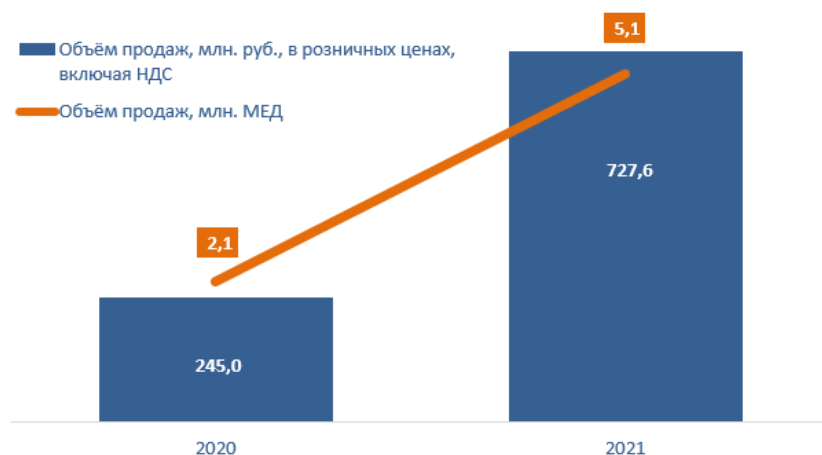
Общее количество компаний-производителей, чья продукция была представлена в интернет-канале, практически не изменилась: 87 корпораций по сравнению с 84 годом ранее. Фактически все крупные игроки ветеринарной розницы были представлены в онлайн еще в 2020 году. Общее количество торговых марок в рамках e-com заметно сократилось — развитие происходило прежде всего за счет активного продвижения портфеля топовых брендов.

Абсолютным лидером в интернет-канале из числа топ-20 корпораций-производителей ветеринарных лекарств по итогам 2021 года становится «МСД». Компания демонстрирует и один из наиболее выдающихся показателей роста продаж — в 4,4 раза в рублях. Большие темпы роста из числа топовых игроков фиксирует только «Беафар»: за год продажи ветпрепаратов компании в онлайн-канале выросли в 6,6 раза.

Крупнейшими российскими производителями в топ-20 стали компании «Агроветзащита» (рост продаж в рублях в 3,9 раза) и «Экопром» (рост в 3,2 раза).

Источник:

RNC Pharma представляет обновление БД Аудит розничных продаж ВетЛП на маркетплейсах в России за декабрь 2021 г.



Источник: RNC Pharma®, АБД Аудит розничных продаж ВетЛП на маркетплейсах в России

\*в исследование включены данные по компаниям: Ozon, Сбер Еаптека и Wildberries

# Расходы россиян на онлайн-образование выросли на треть в 2021 г.

Tass.ru, 25.01.2022 07:04:00

/исследование

В 2021 году онлайн-оборот в сфере образовательных услуг вырос на 57%, в наибольшей степени за счет роста среднего чека на 32% — с 2 517 руб. до 3 332 руб., сообщает ТАСС со ссылкой на аналитику платежного сервиса CloudPayments.

Наибольший рост продаж отмечен в следующие месяцы:

- март по сравнению с февралем показал рост онлайн-оборота на 36%;
- август по сравнению с июлем вырос на 21%;
- сентябрь показал прирост на 18% к августу.



В 2021 году продолжился тренд на активный рост интереса к онлайн-образованию, в значительной мере спровоцированный пандемией коронавируса. Онлайн-образование, наряду с онлайн-продажами продуктов питания и электроники, вошло в топ-5 отраслей, максимально «выигравших» от пандемии коронавируса. С марта 2020 года по февраль 2021 года вклад пандемии (разница между ростом в «пандемийный год» и среднегодовым ростом в предыдущие годы) в рост этой отрасли составил 18%.

«В онлайн перешли и переходят те компании, которые раньше занимались только очным обучением: небольшие школы, многие вузы и т.д. На мой взгляд, в 2022 году тренд на рост онлайн-продаж образовательных услуг продолжится. По моим прогнозам, рынок вырастет в новом году не менее, чем на 15%», — считает сооснователь и генеральный директор CloudPayments Дмитрий Спиридонов.

Источник:

[Траты россиян на онлайн-образование выросли на треть в 2021 году](#)

## Весь мир:

# Farfetch запускает бьюти-направление и покупает платформу Violet Grey

Farfetchinvestors.com, 28.01.2022

/НОВОСТЬ

Онлайн-платформа Farfetch объявила о намерении приобрести ритейлера косметической продукции класса люкс Violet Grey. Сумма сделки не раскрывается.

## FARFETCH

Violet Grey стала стартовой площадкой для многих мировых косметических брендов и сумела создать лояльное сообщество. К концу года Farfetch планирует запустить на маркетплейсе категорию Beauty, которая предложит миллениалам и поколению Z «уникальные возможности поиска и покупки косметики».

Основательница Violet Grey Кассандра Грей станет глобальным советником раздела Beauty и соучредителем NGG Beauty, где она будет работать над созданием и продвижением новых брендов. Грей также будет председателем Violet Grey, обеспечивая общее стратегическое и творческое руководство и продолжая создавать сообщество, которым известна Violet Grey. Нитен Кападиа, ранее занимавший должность вице-президента по развитию и производству в Farfetch, станет управляющим директором Violet Grey.

Источник:

[FARFETCH to acquire cult favorite luxury beauty destination, Violet Grey](#)

# M&S запустил шопинг-стримы в интернет-магазине

Internetretailing.net, 28.01.2022

/новость

Британский ритейлер M&S запустил в своем интернет-магазине [покупки](#) в шопинг-стримах. Посетители сайта M&S могут присоединиться к прямой трансляции, в которой участвуют сотрудник компании и внешний инфлюенсер.

В процессе просмотра можно задавать вопросы в чате и покупать товары. В предыдущих тестах клиенты оставались подключенными более 75% времени.



Шопинг-стримы набирают популярность. В Китае 17% всех онлайн-покупок осуществляется с помощью стримов. К 2026 году на эту тенденцию будет приходиться от 10% до 20% мировой электронной торговли.

Источник:

[M&S launches live shopping on its website](#)

# Сервис быстрой доставки продуктов Zapp привлек \$200 млн

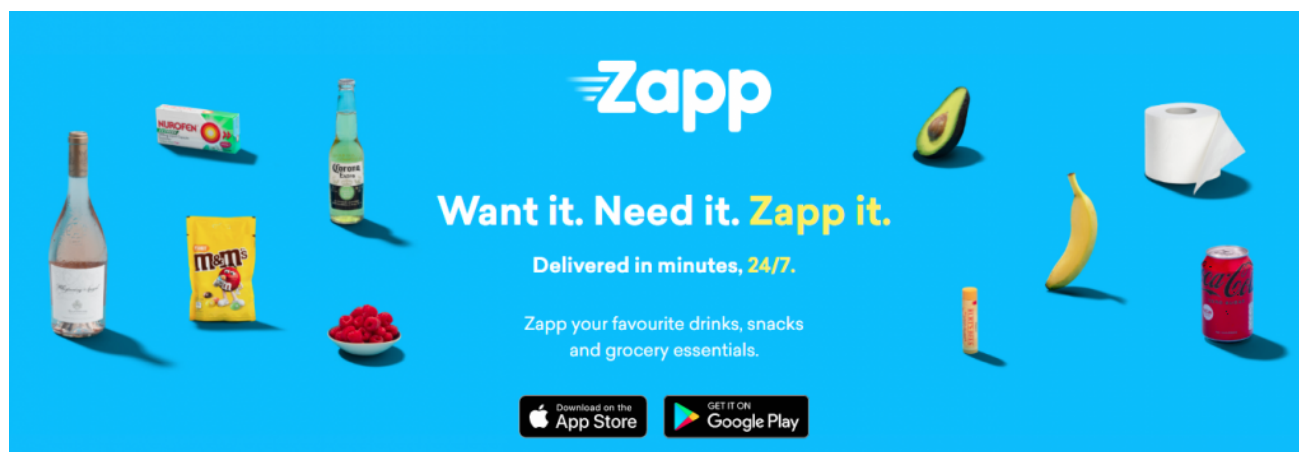
Techcrunch.com, 28.01.2022 09:08:00

/новость

Стартап в сфере быстрой доставки продуктов Zapp, запущенный в 2020 году в Лондоне, получил значительный объем финансирования: \$200 млн в раунде серии В. Компания намерена конкурировать с Getir, Gopuff, Jiffy, Deliveroo и многими другими аналогичными сервисами.

Средства будут использованы для усиления присутствия компании на внутреннем рынке и для расширения в мегаполисах. Помимо Лондона, Zapp работает в Манчестере, Кембридже, Бристоле, Амстердаме и Роттердаме, а также проводит запуск в Париже.

Zapp управляет стратегически расположенной сетью небольших дарксторов (Zappstores) и крупным распределительным центром для выполнения заказов. Цепочка поставок напрямую связана с брендами, а не только с оптовиками. Средний чек заказа через Zapp составляет около 20 фунтов стерлингов, а в других сервисах не превышает 15 фунтов стерлингов. Две трети заказов Zapp являются прибыльными, утверждают в компании.



Источник:

[Zapp snaps up \\$200M to supersize its instant grocery play](#)



# Gorillas покупает французский сервис доставки еды Frichti

Gorillas.io, 24.01.2022

/новость

Европейский лидер быстрой доставки по запросу Gorillas готовится приобрести Frichti — французский сервис, который доставляет готовые блюда и продукты. Сделка еще не завершена, но обе компании вступили в эксклюзивные переговоры.

Frichti, основанный в 2015 году, доставляет свежие продукты, продукты под собственной торговой маркой и готовые блюда более чем 450 000 клиентов в 8 ключевых городах Франции и Бельгии.

Gorillas привлек почти \$1 млрд в своем последнем раунде финансирования и уже работает на восьми рынках, включая Францию. Менее чем за год сервис открыл в стране 22 объекта в 5-ти городах.



Источник:

[Gorillas x Frichti](#)

# Индийский сервис доставки еды Swiggy привлек \$700 млн

Techcrunch.com, 24.01.2022 10:29:00

/новость

Swiggy, ведущий индийский стартап по доставке еды, привлек \$700 млн в рамках нового раунда финансирования. Шестью месяцами ранее он получил \$1,25 млрд.

В июле прошлого года Swiggy достиг оценки в \$5,5 млрд, сейчас — в \$10,7 млрд, превзойдя результат своего главного конкурента Zomato, чья рыночная капитализация сократилась до менее чем \$10 млрд.



В течение года Swiggy почти удвоил оборот своего бизнеса по доставке еды. Instamart, служба мгновенной доставки, стала одним из основных направлений деятельности Swiggy за последние полтора года. Стартап, работающий более чем в 500 индийских городах, планирует инвестировать \$700 млн в масштабирование предложений Instamart и увеличение охвата.

По прогнозам аналитиков Bernstein, доля онлайн на рынке общепита в Индии увеличится до 20% к 2025 финансовому году, а размер рынка достигнет \$20 млрд при совокупном среднегодовом темпе роста 46%.

Источник:

[Indian food delivery giant Swiggy raises \\$700 million at \\$10.7 billion valuation](#)

# eMarketer: 46,3% розничных продаж в Китае придется на e-commerce в 2022 г.

Emarketer.com, 28.01.2022

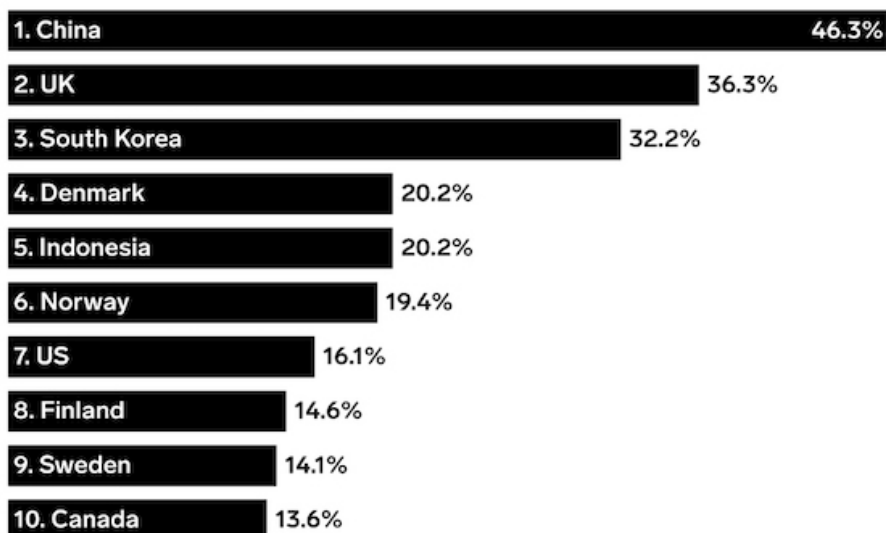
/исследование

По данным eMarketer, Китай останется самым развитым рынком электронной коммерции в мире в 2022 году. Онлайн будет осуществляться 46,3% розничных продаж в стране. В тройку лидеров входят Великобритания и Южная Корея, где онлайн-заказы будут составлять 36,3% и 32,2% розничных покупок соответственно.

В абсолютном долларовом выражении Китай затмит указанные страны: его рынок электронной коммерции составит почти \$3 трлн. Рынок Великобритании достигнет около \$246 млрд, а Южной Кореи — около \$143 млрд. Только США будут конкурировать с Китаем: объем онлайн-заказов превысит \$1 трлн, но они будут составлять лишь 16,1% от общего объема розничных продаж.

## Top 10 Countries, Ranked by Retail Ecommerce Share of Total Retail Sales, 2022

% of total retail sales



Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes or money transfers, food services and drinking place sales, gambling and other vice good sales

Source: eMarketer, Jan 2022

272374

eMarketer | InsiderIntelligence.com

Источник:

[The countries where ecommerce is most popular](#)



# Онлайн-продажи товаров в Германии составили 99 млрд евро в 2021 г.

Ecommercenews.eu, 28.01.2022

/исследование

Объем онлайн-продаж товаров в Германии в 2021 году составил 99,1 млрд евро, что на 19% больше, чем годом ранее. Почти каждый седьмой евро на домашние расходы был потрачен на товары в интернете. В 2020 году объем электронной торговли в Германии вырос на 14,6%, составив 83,3 млрд евро. Таким образом, рост ускорился. С учетом онлайн-услуг общий объем электронной коммерции в стране достигает 107,1 млрд евро.

Не менее 96,3% покупателей были «удовлетворены» и «очень довольны» своими заказами. Кроме того, 40,9% респондентов заказывали товары в интернете более одного раза за последние семь дней. В 2020 году эта доля составила 39,7%. Никогда раньше немецкие покупатели не заказывали так много товаров в интернете и в то же время не выражали такого высокого уровня удовлетворения.



В 2021 году на мобильные устройства приходилось 40% всех онлайн-продаж в Германии. Объем продаж в мобильной электронной торговле увеличился на 56,5% до 39,9 млрд евро. В двух из трех случаев люди в возрасте от 14 до 29 лет приобретали товары с помощью смартфонов или планшетов. Поисковые системы и интернет-магазины остаются наиболее важными информационными каналами для принятия решения о покупке, но за ними следуют социальные сети и приложения.

Мультиканальные ритейлеры в 2021 году зафиксировали рост продаж на 16,7%, чистые интернет-игроки достигли показателя в 18,4%. В 2020 году рост продаж чистых интернет-игроков составлял 9,5%.

На маркетплейсы пришлось 50,5 млрд евро из общих онлайн-продаж. Продукты, аптечные товары и товары для животных популярны в онлайн: их продажи выросли на 36,4%. Однако в 2020 году этот рост достиг 40,9%.

Ассоциация электронной коммерции Bevh ожидает, что в 2022 году онлайн-продажи товаров в Германии увеличатся на 12% и превысят 110 млрд евро.

Источник:

[2021: Ecommerce in Germany worth €99 billion](#)

# Amazon — второй в рейтинге самых дорогих брендов по версии Brand Finance

Brandirectory.com, 28.01.2022

/исследование

Apple сохранил звание самого дорогого бренда в мире: его стоимость выросла на 35% до \$355,1 млрд — самый высокий показатель, когда-либо зарегистрированный в рейтинге Brand Finance Global 500.

Бренд Amazon занял второе место в глобальном рейтинге самых дорогих брендов: стоимость увеличилась на 38% до \$350,3 млрд. С июня 2021 года компания наняла 133 000 новых сотрудников и недавно объявила о планах нанять еще 125 000 почасовых рабочих в ожидании дальнейшего роста.

Walmart продолжил демонстрировать рост стоимости бренда и вернул себе место в пятерке лидеров, поднявшись с 6-го на 5-е место после увеличения стоимости бренда на 20% до \$111,9 млрд.

Стоимость бренда Alibaba.com упала на 42% до \$22,8 млрд. Бренд был обвинен в злоупотреблении своим доминирующим положением на рынке, когда запрещал продавцам использовать другие сайты электронной коммерции, а последующие нормативные изменения привели к усилению конкуренции.



Источник:

[TikTok Named World's Fastest-Growing Brand as New Media Surge](#)

# Тренды ритейла 2022 по версии Mastercard

Mastercardservices.com, 25.01.2022

/мнение

Потребители по-прежнему совершают значительную часть своих покупок в цифровых каналах, говорится в исследовании Mastercard. Рост цифровой торговли сохранится в долгосрочной перспективе.

Аналитики выделяют несколько путей развития розничной торговли:

- Покупатели направляются на другой тип рынка. Магазины предлагают свою платформу электронной розничной торговли сторонним продавцам. Маркетплейсы с годовой выручкой менее \$1,5 млрд быстро растут и сейчас представляют собой глобальный рынок в размере \$34 млрд, из которых 54% сосредоточены в Северной Америке и Европе. Подобные маркетплейсы выросли на 84% в период с 2019 по 2020 год. Тенденция продолжится в 2022 году.
- Давление на ритейлеров усилилось из-за растущей готовности покупателей пробовать новые бренды и категории, в которых они традиционно не совершали покупок онлайн.
- Давление на цепочку поставок. Проблемы с логистикой, вероятно, продолжатся в 2022 году.
- Новые способы оплаты. Согласно опросу, проведенному Mastercard в 2021 году на 18 мировых рынках, внедрение новых платежных технологий растет, а потребительский интерес к новым, быстрым и гибким цифровым технологиям продолжает расти. 93% потребителей рассматривают новые платежные методы, такие как биометрические данные, цифровые валюты и QR-коды, в дополнение к бесконтактным. Сейчас почти 90% транзакций с личным присутствием во всем мире совершаются у продавцов, предлагающих бесконтактные методы.



Почти восемь из десяти респондентов, принявших участие в опросе Mastercard New Payment Index, предпочитают делать покупки в магазинах, имеющих как физическое, так и онлайн-присутствие. Возможность совершать покупки «как я хочу» сохранится. Розничным продавцам придется предлагать физические, онлайн и гибридные модели. Потребители в равной степени выбирают покупки онлайн (35%) или лично (37%). Остальные говорят, что будут делать покупки в физической точке, но затем купят в интернете (13%) или с самовывозом (14%).

Источник:

[Mastercard Report: Retail Trends 2022](#)

# Coresight Research: 10 технологических трендов в e-commerce США

Coresight.com, 25.01.2022

/мнение

Coresight Research представил 10 технологических трендов развития e-commerce в США в 2022 году.

1. Автоматизация процессов будет иметь первостепенное значение.
2. Упрощение процессов станет одним из главных приоритетов ритейлеров.
3. Возвращение к нормальной жизни придаст новый смысл электронной коммерции. Омниканальные покупки становятся все более заметными, бренды и ритейлеры должны обеспечить беспроблемный цифровой опыт для онлайн-покупателей.
4. Чтобы выиграть с помощью программ лояльности, потребуется многогранный подход. Важно создать полезный опыт для онлайн- и омниканальных покупателей.
5. Потребность в скорости операций будет возрастать (q-commerce).
6. Эффективное использование данных и аналитики определит победителей.
7. Headless commerce (подразумевает независимую работу Frontend'a и Backend'a) станет ключом к объединению покупательского опыта.
8. Меняющийся ландшафт онлайн-торговли предложит новые возможности социальной коммерции.
9. Модели подписки вернут утраченные позиции.
10. Трансграничная электронная коммерция наберет силу. Предоставление возможности совершать покупки в местной валюте и предложение вариантов финансирования может выгодно позиционировать ритейлеров для конкуренции как с местными, так и с глобальными конкурентами.

Figure 4. Key Differences Between Traditional E-Commerce and Q-Commerce

Traditional E-Commerce	Q-Commerce
Delivery Time: 2–3 days	Delivery Time: Same-day/30–60 minutes (or faster in the instant-needs space)
Localization: Not localized	Localization: Localized assortment
Warehousing: Regional or local fulfillment centers	Warehousing: Micro-warehouses/dark stores
Delivery model: Employees/third-party logistics	Delivery model: Contractors

Source: Coresight Research

Источник:

[2022 US E-Commerce Tech Trends](#)

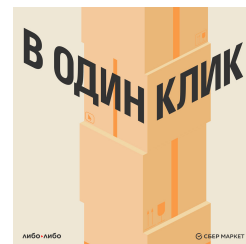
# Подкасты и видео

## В один клик

### Государство и e-commerce. Как чиновники и предприниматели находят общий язык

Беседуют: Федор Вирин и Денис Ардаширов

Гость: Алексей Федоров, председатель Совета по развитию электронной торговли Торгово-промышленной палаты РФ и совладелец группы компаний «220 Вольт»



Отрасль электронной коммерции так выросла за последние годы, что государство не может игнорировать нужды крупных игроков. Когда в интернете смогут продавать алкоголь? Какая температура должна быть в постаматах с продуктами? Как помирить крупные бизнесы друг с другом и с чиновниками? О том, как государство общается с e-com компаниями.

[Podcast.ru](#) | [Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [Castbox](#)

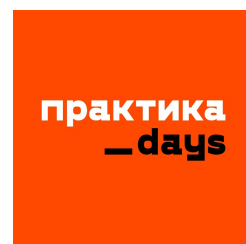
## Практика\_days

### E-commerce | Выводы из 2021, тренды на 2022. В гостях Фёдор Вирин, Data Insight

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Фёдор Вирин, партнер Data Insight

Разговор о предварительных e-commerce-итогах 2021 года, трендах на 2022, цифрах, динамике, маркетплейсах, кадрах и многом другом.



[Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [Castbox](#)  
[YouTube](#) | [Facebook](#) | [ВКонтакте](#)

### Интернет-продажи ИКЕА, омниканальная трансформация и ключевые направления развития

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Наталья Лашкова, руководитель подразделения по интеграции интернет-продаж ИКЕА

О e-commerce ИКЕА, как всё устроено, каких результатов компания достигла в онлайн сегодня, о команде, реализующей проекты в онлайн, омниканальной трансформации и новых проектах, приложении, «квартиротеке», чат-ботах, взаимодействии с глобальной командой и многом другом.

[Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [Castbox](#)  
[YouTube](#) | [Facebook](#) | [ВКонтакте](#)

## Digital Voice

### Цифровизация медицины, плюсы экосистемы, борьба с маркетплейсами — Антон Буздалин — Сбер ЕАПТЕКА

Беседует: Филипп Лабковский

Гость: Антон Буздалин, основатель Сбер ЕАПТЕКА

Про преимущества экосистемы, телемедицину, устаревшие взгляды аптечных сетей, конкуренцию с крупными маркетплейсами, клиентский опыт и многое другое

[Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [YouTube](#)

A blue square containing the text "DigitalVoice" in white, sans-serif font.

# О мониторинге

---

Данный обзор является частью регулярного мониторинга новостей рынка электронной коммерции, осуществляемого компанией Data Insight.

Наш мониторинг основан на отслеживании в ежедневном режиме более 50 онлайн-источников, таких как:

- Специализированные издания по электронной коммерции
- Ведущие ресурсы, пишущие о новостях бизнеса и финансов
- Тематические разделы ведущих деловых изданий, посвященные интернет-бизнесу и e-commerce
- Сайты исследовательских компаний
- Популярные блоги об электронной торговле

Также для более полного мониторинга новостного потока используются сервисы поиска по новостям и блогам.

В рамках мониторинга мы собираем и выбираем для подписчиков все значимые и интересные новости и исследования о:

- состоянии рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития
- поведении потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке
- нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем
- новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернет-магазинов
- развитии новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция
- маркетинговых инструментах, используемых игроками рынка, и конкретных маркетинговых кейсах
- финансовых показателях крупнейших онлайн-ритейлеров

Также в мониторинге большое внимание уделяется освещению новых исследований и статистических данных по рынку e-commerce.

Мониторинг доступен для подписчиков в формате еженедельного обзора (PDF), включающего аннотации всех значимых публикаций за неделю (как правило, около 20 материалов). Выходит утром в среду.



# Контакты

---

По вопросам подписки на мониторинг, а также по любым другим вопросам, связанным с данным мониторингом, пишите на [editor@datainsight.ru](mailto:editor@datainsight.ru) или звоните +7 (495) 540 59 06.

# О компании

---

Компания Data Insight – первое в России специализированное агентство в области исследований Интернета. Мы предоставляем нашим клиентам аналитику и консалтинговые услуги на рынках электронной торговли и интернет-рекламы.

Исследования DataInsight основаны на активном мониторинге рынка, критическом анализе всего спектра доступных данных и творческом совмещении различных исследовательских методик. Компания предлагает своим клиентам как подробные стандартные отчеты, например Электронная торговля в России, так и разнообразные индивидуальные исследования и консалтинговые услуги.

Сооснователи и партнеры компании – Федор Вирин и Борис Овчинников, стоявшие 15 лет назад у истоков исследований Рунета.